

I risultati della ricerca Censis. In 19 milioni seguono i programmi attraverso uno schermo

Una radio sempre più da vedere

Il 52% degli italiani vuole contenuti anche in formato video

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Gli i dati Ter-Tavolo editori radio pubblicati su *ItaliaOggi* del 10 marzo scorso mostravano come la fruizione della radio attraverso la tv fosse in crescita netta, con un 12,8% degli ascolti 2020 che arrivano dai canali televisivi delle radio, ed emittenti capaci di sviluppare veri e propri brand televisivi, tipo Rtl 102,5, che ha il 26,2% degli ascolti dalla tv, Radio Italia (21%), Radiofreccia (18,5%), R101 (11,4%) e Deejay (9,2%).

Adesso arrivano pure i risultati della ricerca Censis «La transizione verso la radiovisione» a conferma di una tendenza che vede il mezzo radio sempre più in simulcast multimediale.

Come spiega **Massimiliano Valerii**, direttore generale del Censis, «sono circa 19 milioni gli italiani che seguono programmi radiofonici in formato video attraverso uno schermo: tv, smartphone, pc o

tablet. Di questi, quasi 11 milioni seguono la radiovisione sugli schermi tv. E nel 2020 gli ascolti dei canali televisivi delle radio sono cresciuti dell'8% rispetto al 2019. La visual radio non è un fuoco di paglia, destinato a spegnersi dopo la pandemia, ma è fortemente in sintonia con le aspettative degli italiani. Il 52%, infatti, dichiara che vorrebbe avere sempre di più la possibilità di fruire dei contenuti radiofonici su device diversi anche in formato video. E il 50% di chi segue la radiovisione la trova piacevole, il 27,5% coinvolgente, il 24% innovativa».

Ha del clamoroso che un mezzo come la radio, che nel 2024 compirà 100 anni, stia abbattendo così tante certezze: ad esempio la celebre teoria di Marshall McLuhan in base alla quale «il mezzo è il messaggio». In realtà il contenuto radiofonico (messaggio unico) è ormai declinato ugualmente su tantissimi mezzi, dall'apparecchio radio tradizionale agli smartphone,



Massimiliano Valerii

tablet, canale tv, app, smart speaker, conservando però tutta la sua unicità. Il mezzo, quindi, sembra essere tornato a essere solo un mezzo.

Peraltro, come fanno notare sia **Roberto Arditti**, direttore editoriale di formiche.net, sia **Emilio Carelli**, membro della commissione di vigilanza Rai, fondatore ed ex direttore di SkyTg24, «negli ultimi dieci anni è sicuramente la tv che ha copiato la radio».

Ci sono canali tv che sono sostanzialmente delle radio con una telecamera accesa, con pezzi di palinsesto «in una sequenza di fasce nelle quali cambiano i conduttori, cambia il nome del programma, ci sono ospiti collegati in varie modalità, ma la formula rimane un po' sempre la stessa. Esattamente come un palinsesto radiofonico, insomma».

E lo conferma pure Carelli:

«Da bambino ero un appassionato della radio, ascoltavo sempre Radio Uno e Radio Due della Rai, con un Gr1 al punto ora e un Gr2 alla mezz'ora che avevano una sigla, un sommario e poi il giornale radio. Quando ho fondato SkyTg24 ho preparato un palinsesto dove a ogni punto ora e a ogni mezz'ora ci fosse una sigla, un sommario e un tg. Ed è ancora così».

Serve una regolamentazione nuova per la radiovisione? Non ne è convinto **Maurizio Gasparri**, pure lui della commissione di vigilanza Rai: «Io credo che serva una regolamentazione più ampia che riguardi il sistema della pubblicità e della tassazione. Ci sono colossi come Amazon, Google, Facebook che saccheggiano tutto e non pagano le tasse. Amazon è una vergogna, in Italia paga l'1% di imposte e sfrutta i lavoratori, così come Uber o Deliveroo. Non ci vuole una web tax, serve una super web tax contro questi banditi».

© Riproduzione riservata

CAMPUS orienta DIGITAL

Salone del Lavoro e delle Professioni

La più importante piazza digitale per l'ingresso nel mondo del lavoro

22 - 26 Marzo 2021

www.salonedellostudente.it

Convegno di Apertura IL FUTURO È QUI

22 MARZO ORE 19.00
In diretta sul canale Tv Class CNBC (Sky 507)
e in diretta streaming su www.salonedellostudente.it

SALUTI ISTITUZIONALI
On. **Fabiana D'Amico**, Ministro della Politiche Giovanili
Prof. **Vincenzo Zava**, Ministro dell'Università e della Ricerca

INTERVENZIONISTI
Stefano Marzavalli, Director Executive McKinsey e compagno
Stefano Mattioli, Psicologo
Emiliano Maria Coppacchini, Direttore della Ricerca Unione Coca-Cola HBC
Almendra Miele, Associazione Rete Formazioni IES Italia
Alberto Miraglia, General Manager Retail Institute Italy
Alberto Di Neri, Presidente Adapp
Cristina Pozzi, Young Global Leader, Co-Founder Imprenditori
Paolo Maffei, Presidente gruppo Giovani Imprenditori Assocombato
Federico Sgarbi, Vicepresidente Hasso Plattner Sud Europa Procter & Gamble
Federico Vicenzi, Rettore Università Cattolica Linc

MODERA
Domenico Ioppella, COO Campus Edizioni

Partner
CAMPUS orienta DIGITAL, adapp, IES, ENPA, LinkedIn, MONSTER, AIESEC, INTRA, SHIBUI

Creative Commons: liberiamo le immagini d'arte pubbliche

Un appello a favore della libera circolazione delle immagini di beni culturali pubblici non più protetti dal diritto d'autore. Lo lancia il Creative Commons Capitolo Italiano ai governi degli stati membri europei e agli istituti culturali (musei, archivi, biblioteche, gallerie e siti archeologici) per assicurare la migliore attuazione dell'art. 14 della direttiva EU/2019/790 sul diritto d'autore nel mercato unico digitale. La norma rappresenta un'occasione importante per agire in questa direzione, rimuovendo i diritti connessi sulle immagini riprodotte opere delle arti visive di pubblico dominio qualora «l'atto risultante dalla riproduzione non sia di per sé opera originale», dando quindi attuazione concreta a due



principi fondamentali: «il patrimonio culturale in pubblico dominio è di tutti» e «la cultura può essere un volano per lo sviluppo economico».

Questo soprattutto in un momento in cui «l'emergenza coronavirus ha contribuito notevolmente alla riscoperta della centralità della rete e del digitale nel comunicare al pubblico il patrimonio culturale, stimolando in tutto il mondo iniziative volte a offrire libero riuso, anche per fini commerciali, delle risorse digitali in rete per superare le distanze fisiche imposte dalle misure di contenimento del contagio. Si tratta di esperienze», spiegano dal Creative Commons, «di cui sarà fondamentale fare tesoro, anche e soprattutto dopo la fine dell'emergenza, per rilanciare l'imprenditoria culturale, l'industria creativa, il turismo, nonché le attività di studio e ricerca scientifica».

© Riproduzione riservata